

FACTORS ACCOCIATED WITH PARTICIPANT'S SATISFACTION FOR SCIENTIFIC ARTICLE WRITING TRAINING

Sefnedi

Program Pascasarjana Universitas Bung Hatta
email: sefnedi@bunghatta.ac.id; sefnediphd@yahoo.com

ABSTRAK

Customer satisfaction plays an important role in government and private organization has been recognized. The aim of this study was to examine the effect of service quality, customer value and trust on satisfaction of training participant for article publication. The population of the study was lectures who attended training for article publication and the number of usable sample was 70 respondents. In order to testing the hypotheses, the study performs PLS. The results of analysis revealed that service quality, customer value, and trust were found to have significant effect on satisfaction of training participant for article publication. Specifically, trust was registered to have the strongest effect on satisfaction, followed by customer satisfaction and service quality. The study's findings recommended increasing implementation of service quality, customer value, and trust

Keywords: Service Quality; Customer value; Trust; Satisfaction

PENDAHULUAN

Sektor pendidikan tinggi telah terbukti memiliki peranan penting disetiap Negara maupun daerah. Dengan pengertian lain bahwa tidak ada suatu Negara maupun daerah dapat dikatakan maju tanpa dukungan kemajuan sektor pendidikan tinggi. Salah satu unsur penting dalam perguruan tinggi adalah dosen yang melaksanakan aktifitas Tri Dharma Perguruan Tinggi diantaranya melakukan penelitian dan selanjutnya hasil penelitian tersebut dipublikasikan. Berdasarkan data yang dirilis diketahui bahwa jumlah publikasi internasional Indonesia masih berada dibawah Malaysia dan Thailand (Ristekdikti, 2016).

Kopertis sebagai perpanjangan tangan dari Ristekdikti yang memiliki wilayah kerja yang relatif luas yakni provinsi Sumatera Barat, Riau, Jambi dan Kepulauan Riau memiliki kepedulian yang tinggi untuk mendorong peningkatan publikasi dosen. Kopertis merupakan bagian dari sebuah sistem pelayanan untuk perguruan tinggi swasta. Keberadaannya semakin penting mengingat tantangan yang dihadapi, khususnya dengan semakin majunya peradapan. Sehingga tuntutan untuk memberikan pelayanan dalam rangka menghasilkan daya saing bangsa, menuju proses otonomi perguruan tinggi dan meningkatkan kesehatan organisasi.

Saat ini jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di lingkungan Kopertis Wilayah X yang

meliputi provinsi Sumatera Barat, Riau, Jambi dan Kepulauan Riau (Kepri) terus mengalami peningkatan dimana tahun 2008 terdapat 214 PTS, pada tahun 2009 adanya penambahan sebanyak 10 PTS. Pada tahun 2010 jumlah PTS bertambah menjadi 243. Pada Tahun 2011 hanya provinsi Jambi yang mengalami peningkatan dari 37 PTS menjadi 39 PTS, sementara pada tahun 2012, provinsi Sumbar mengalami peningkatan dari 105 PTS menjadi 108 PTS, Riau mengalami penurunan dari 71 menjadi 70 PTS sementara Provinsi yang lainnya tetap. Fluktuasi tersebut juga terjadi pada tahun 2013, dimana Provinsi Sumbar dan Jambi mengalami penurunan jumlah PTS masing-masingnya 6 PTS dan 3 PTS sedangkan Provinsi Riau dan Kepri masing-masingnya meningkat 2 PTS.

Seiring dengan perkembangan PTS tersebut, maka Kopertis wilayah X terus dituntut agar mampu mengkoordinir dengan cara memberikan pelayanan yang semakin baik. Salah satu komitmen nyata dari Kopertis Wilayah X dalam upaya meningkat publikasi dosen adalah memprakarsai pelatihan penulisan artikel ilmiah yang dilaksanakan pada tanggal 22 s.d 24 November 2017. Selaku instansi pemerintah, Kopertis Wilayah X terus melakukan perubahan-perubahan terutama dalam rangka memberikan pelayanan prima (*excellent service*) dengan harapan terciptanya kepuasan bagi para pengguna layanan (*users*). Berdasarkan data skunder yang

diperoleh (<http://www.kopertis10.or.id/new/web/polling>, diakses tanggal 6 oktober 2017, jam 01:39 wib), sebanyak 71,3% orang responden menyatakan puas dan sisanya 28,7% masih belum puas dan perlu mendapat perhatian.

Meskipun jumlah responden yang menyatakan puas atas layanan Kopertis Wilayah X relatif tinggi, namun data sekunder tersebut masih mengungkapkan kepuasan secara umum atau belum secara spesifik. Studi ini termotivasi untuk mengelaborasi kepuasan dosen khususnya dalam menerima layanan jasa pelatihan penulisan artikel ilmiah yang diberikan oleh Kopertis Wilayah X pada tanggal 22-24 November 2017.

Kepuasan dosen merupakan analogi dari kepuasan konsumen yang dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau *expectation* dengan kinerja atau *performance* (Kotler, 2017). Berdasarkan kajian literatur, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Kotler, 2017). Kualitas pelayanan merupakan bentuk layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan yang berkaitan dengan *tangibles* (fasilitas fisik, kerapian pelayan, materi layanan), *empathy* (perhatian, memahami kebutuhan pelanggan, dan kenyamanan), *reliability* (janji layanan, ketepatan dan akurasi layanan), *responsiveness* (pemberitahuan layanan, kecepatan, dan kesediaan melayani), *assurance* (perilaku pelayan, keamanan, pengetahuan dan kesopanan).

Variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah nilai pelanggan (*customer value*) dan kepercayaan atau *trust* (Griffin, 2007). Nilai pelanggan merupakan persepsi pelanggan tentang perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang pada akhirnya akan membentuk rasa puas atau kecewa bagi pelanggan (Griffin, 2007). Sementara kepercayaan diartikan sebagai kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif (Schiffman & Kanuk, 2007).

Berdasarkan kajian literatur empiris ditemukan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Budaya, 2017; Febriani, 2017; Sefnedi, 2016; Siswadhi, 2016), *customer value* (Lam, Shankar, Erramilli, & Murthy, 2004; Sugianti, Thoyib, Hadiwidjono, & Setiawan, 2013; Vedadi, A., Kolobandi, A., & Khazaei, 2013), dan *trust* (Arifin, 2011; Bricci, Fragata, & Antunes,

2016; Setiawan & Sayuti, 2017). Dari telaah literatur empiris dapat penulis kemukakan gap penelitian diantaranya kebanyakan peneliti terdahulu menguji secara terpisah antara kualitas pelayanan, *customer value* dan *trust* terhadap kepuasan. Selanjutnya, kebanyakan penelitian terdahulu memilih objek penelitian adalah perusahaan (*profit oriented organization*) dan masih terbatas pada organisasi publik (*non-profit oriented organization*) terutama organisasi pendidikan tinggi seperti Kopertis Wilayah X. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dampak kualitas pelayanan, *customer value* dan *trust* terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah dilingkungan Kopertis Wilayah X.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah periode 22-24 November 2017 dimana seluruh elemen populasi dijadikan sebagai responden (*sensus*). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari pernyataan seperti profil responden, kualitas pelayanan, *customer value*, *trust* dan kepuasan. Dalam kuesioner telah tersedia alternatif jawaban dan kepada responden terpilih diminta untuk memiliki salah satu jawaban yang ada, dengan demikian maka kuesioner termasuk kedalam kategori kuesioner tertutup. Untuk mempermudah memahami variabel penelitian, maka perlu dikemukakan definisi operasional. Kualitas pelayanan diartikan sebagai aktifitas layanan pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS yang diberikan oleh Kopertis Wilayah X dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dosen (Parasuraman, Berry, L., & Zeithaml, V., 1991). Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan 5 (lima) item pernyataan yaitu peralatan, perhatian, senang hati, kecepatan layanan, dan sopan.

Customer value atau nilai pelanggan adalah penilaian keseluruhan oleh peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS dengan membandingkan antara manfaat dan pengorbanan (Griffin, 2007). Pengukuran *customer value* menggunakan 4 item pernyataan yaitu manfaat keseluruhan, biaya, waktu dan energi. Sementara kepercayaan diartikan sebagai kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif (Schiffman & Kanuk, 2007).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah dengan membandingkan antara harapan dengan kenyataan (Kotler, 2011).

Kepuasan diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan yaitu kepuasan atas lokasi, waktu, narasumber, dan materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian akan diawali dengan mendiskripsikan profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan terakhir, jenis dan lokasi PTS, dan jabatan fungsional sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Responden

Variabel	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	24	34,3
	Perempuan	45	64,3
	Missing	1	1,4
Pendidikan Terakhir	S1	4	5,7
	S2	63	90,0
	S3	3	4,3
Jenis PTS	Universitas	9	12,9
	Sekolah Tinggi	44	62,9
	Akademi	16	22,9
	Institut	-	-
	Politeknik	1	1,4
Lokasi PTS (Provinsi)	Sumatera Barat	40	57,1
	Riau	16	22,9
	Jambi	10	14,3
	Kepulauan Riau	4	5,7
Jabatan Fungsional	Tenaga Pendidik	25	35,7
	Asisten Ahli	34	48,6
	Lektor	8	11,4
	Lektor Kepala	1	1,4
	Missing	2	2,9

Sumber: Data Primer yang diolah

Tabel 1 mengungkapkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (64,3%), pendidikan terakhir S2 (90%), jenis PTS adalah Sekolah Tinggi (62,9%), PTS berada pada Provinsi Sumatera Barat (57,1%), dan jabatan fungsional Asisten Ahli (48,6%).

Outor model atau model pengukuran menspesifikasi hubungan variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Outer model* juga mendefinisikan bagaimana setiap indikator menjelaskan variabel laten. Diantara pengujian pada *outer model* yakni *convergent validity*, *composite reliability*, *average variance Eextracted* (AVE), dan *cronbach alpha*.

Tabel 2. Hasil analisis *outer model*

Varibel	Item	Loading Factor	Keputusan	Cronbach's alpha	Composite Reliability	AVE
Kualitas Pelayanan	KP1	0,466	Tidak Valid	0,875	0,914	0,689
	KP2	0,924	Valid			
	KP3	0,931	Valid			
	KP4	0,816	Valid			
	KP5	0,916	Valid			
Customer Value	CV1	0,963	Valid	0,943	0,959	0,856
	CV2	0,930	Valid			
	CV3	0,950	Valid			

	CV4	0,854	Valid			
Kepercayaan	T1	0,975	Valid			
	T2	0,976	Valid			
	T3	0,935	Valid	0,972	0,979	0,922
	T4	0,954	Valid			
Kepuasan Peserta	K1	0,944	Valid			
	K2	0,570	Tidak Valid			
	K3	0,808	Valid	0,834	0,895	0,687
	K4	0,937	Valid			

Sumber: Data Primer yang diolah

Hasil analisis *outer model* yang diringkas dan disajikan pada pada Tabel 1 ditemukan 2 (dua) item pernyataan tidak valid yaitu KP1 dan K2 karena kedua item pernyataan tersebut memiliki nilai *loading factor* lebih kecil dari 0,7. Item-item yang tidak valid dieliminasi atau dikeluarkan. Nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* ditemukan melebihi 0.7 sehingga dapat diterjemahkan semua variabel laten yakni kualitas pelayanan, *customer value*, kepercayaan, dan

kepuasan peserta memiliki keandalan yang tinggi. Disamping itu, nilai AVE ditemukan besar dari 0.5 dan berarti rata-rata varian setiap variabel laten memenuhi syarat yaitu melebihi 0,5.

Sebelum dilakukan pengujian dampak kualitas pelayanan, *customer value*, dan kepercayaan terhadap kepuasan peserta terlebih dahulu dapat disampaikan deskripsi masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Deskripsi variabel penelitian

No	Variabel	Rata-Rata	TCR (%)	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	3,93	78,60	Cukup Baik
2	<i>Customer Value</i>	4,32	86,40	Bernilai
3	Kepercayaan	3,98	79,60	Sedang
4	Kepuasan Peserta	4,38	87,60	Puas

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa skor rata-rata variabel kualitas pelayanan 3,93 dengan TCR sebesar 78,60% dan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopertis Wilayah X terkait dengan pelaksanaan pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode tanggal 22-24 november 2017 termasuk kedalam kategori cukup baik. Variabel *customer value* memiliki skor rata-rata 4,32 dengan TCR 86,40% dan dapat dimaknai bahwa kegiatan pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode tanggal 22-24 november 2017 dipersepsikan oleh responden kedalam kategori bernilai.

Skor rata-rata untuk variabel kepercayaan diperoleh sebesar 3,98 dengan TCR 79,60% dan dapat diartikan bahwa tingkat kepercayaan

responden kepada Kopertis Wilayah X untuk menjalin hubungan jangka panjang dalam menghasilkan kerja yang positif termasuk kedalam kategori sedang atau cukup percaya. Sementara variabel kepuasan peserta memiliki skor rata-rata 4,38 dengan TCR 87,60% yang dapat diartikan bahwa peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode tanggal 22-24 november 2017 termasuk kedalam kategori puas.

Inner model atau model struktural menggambarkan keterkaitan sesama variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan *R-Square* untuk konstruk endogen yang berguna untuk mengetahui variasi variabel endogen yang dijelaskan oleh variabel eksogen.

Tabel 4. Hasil R-square

Variabel Endogen	R-Square
Kepuasan Peserta	0,441

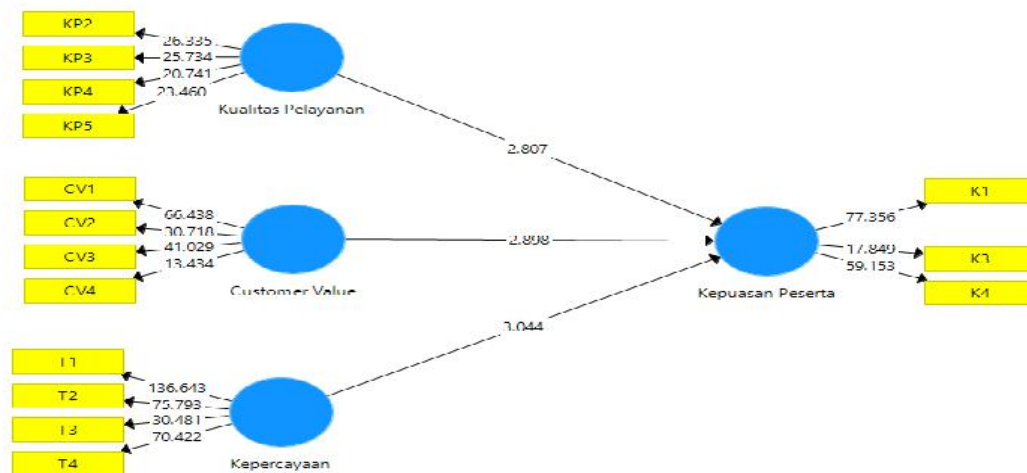
Sumber: Data Primer yang diolah

Tabel 3 memperlihatkan variabel kepuasan peserta memiliki *R-Square* 0,411 yang secara

umum diinterpretasikan bahwa variasi kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS

periode 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X dijelaskan oleh kualitas layanan, customer value, dan kepercayaan sebesar 44,1%. Sementara sisanya sebesar 55,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini.

Pengujian hipotesis memberdayakan metode *bootstrapping* (*subsamples* 500) dengan hasil adalah:



Gambar 1. Hasil uji *inner model*

Tabel 5
Pengaruh variabel eksogen terhadap endogen

<i>Direct Effects</i>	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Keputusan
Kualitas Pelayanan -->Kepuasan Peserta	0,278	2,807	0,005	H ₁ diterima
Customer Value -->Kepuasan Peserta	0,307	2,898	0,004	H ₂ diterima
Kepercayaan -->Kepuasan Peserta	0,304	3,044	0,002	H ₃ diterima

Sumber: Data Primer yang diolah

Dampak variabel kualitas layanan terhadap kepuasan peserta memiliki *original sample* atau koefisien jalur sebesar 0,278, *T-Statistics* 2,807 (kecil dari 1,96), dan *P-values* 0,005 (kecil dari 0,05). Temuan dalam studi menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X, sehingga hipotesis pertama (H₁) dapat diterima.

Pengaruh variabel *customer value* terhadap kepuasan peserta memiliki *original sample* sebesar 0,307, *T-Statistics* 2,898 (kecil dari 1,96), dan *P-values* 0,004 (kecil dari 0,05). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *customer value* memiliki

memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X, sehingga hipotesis kedua (H₂) dapat diterima.

Efek variabel kepercayaan terhadap kepuasan peserta memiliki *original sample* sebesar 0,304, *T-Statistics* 3,044 (kecil dari 1,96), dan *P-values* 0,002 (kecil dari 0,05). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan peserta memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X, sehingga hipotesis ketiga (H₃) dapat diterima.

PEMBAHASAN

Hasil studi ini menemukan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS periode 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X. Hal ini bermakna bahwa apabila dimasa yang

akan datang Kopertis Wilayah X mampu meningkatkan kualitas pelayanan maka kondisi tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan peserta khususnya dalam pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS. Sebaliknya jika dimasa yang datang, Kopertis Wilayah X tidak mampu meningkatkan kualitas pelayanan maka kondisi tersebut akan dapat menurunkan tingkat kepuasan peserta. Saat penelitian ini berlangsung, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopertis Wilayah X dalam pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 baru tergolong kedalam cukup baik atau masih jauh dari kriteria sangat baik. Dengan demikian, rekomendasi praktis yang dapat disampaikan kepada Kopertis Wilayah X adalah memperbaiki kualitas pelayanannya seperti memberikan perhatian atau empati kepada peserta pelatihan, memberikan layanan dengan cepat dan senang hati, dan secara konsisten bersikap sopan terhadap peserta. Secara konseptual, temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat ahli *marketing* (Kotler, 2017) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan dari kepuasan konsumen. Secara empiris, hasil studi ini tidak berbeda dengan hasil beberapa studi sebelumnya (Budaya, 2017; Febriani, 2017; Sefnedi, 2016; Siswadhi, 2016) yang membuktikan dimana adanya dampak positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel *customer value* terbukti secara empiris memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X. Hal ini bermakna bahwa apabila dimasa yang akan datang Kopertis Wilayah X lebih mampu meningkatkan *customer value* maka kondisi tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan peserta khususnya dalam pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS dan sebaliknya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *customer value* yang dipersepsikan oleh peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 sudah tergolong tinggi atau bernilai. Dengan demikian, rekomendasi praktis yang dapat disampaikan kepada Kopertis Wilayah X agar lebih meningkatkan *customer value* dari tinggi menjadi sangat tinggi dengan cara memberikan manfaat pelatihan melebihi dari pengorbanan yang dilakukan oleh para peserta seperti pengorbanan

waktu, energi dan biaya. Hasil penelitian ini sejalan dengan literatur *customer value* (Griffin, 2007) yang menjelaskan bahwa nilai pelanggan merupakan variabel penting yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Secara empiris, hasil studi ini tidak berbeda dengan hasil beberapa studi terdahulu (Lam et al., 2004; Sugianti et al., 2013; Vedadi, A., Kolobandi, A., & Khazaei, 2013) yang membuktikan bahwa variabel *customer value* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel terakhir yang diduga memiliki efek terhadap kepuasan peserta adalah kepercayaan. Hasil analisis menemukan bahwa variabel kepercayaan terbukti secara empiris memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan peserta pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 di lingkungan Kopertis Wilayah X. Hal ini bermakna bahwa apabila semakin tinggi tingkat kepercayaan peserta maka kondisi tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan peserta khususnya dalam pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS dan sebaliknya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan peserta pada pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 yang dilaksanakan oleh Kopertis Wlayah X baru tergolong kedalam kategori sedang atau masih jauh dari kategori tinggi. Dengan demikian, rekomendasi praktis yang dapat disampaikan kepada Kopertis Wilayah X agar lebih berusaha meningkatkan kepercayaan peserta khususnya dalam kegiatan pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS dengan cara: 1) senantiasa menjaga reputasi Kopertis Wilayah X, 2) selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi dosen di Kopertis X, 3) emberikan supervisi kepada dosen, dan 4) senantiasa meningkatkan kompetensi pegawai kopertis sesuai dengan bidangnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan literatur *marketing* (Griffin, 2007) yang menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan variabel penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara empiris, hasil studi ini tidak berbeda dengan hasil beberapa studi terdahulu trust (Arifin, 2011; Bricci et al., 2016; Setiawan & Sayuti, 2017) yang membuktikan bahwa variabel kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Faktor-faktor yang menentukan kepuasan peserta pada pelatihan penulisan artikel ilmiah OJS peride 22-24 November 2017 di lingkungan

Kopertis Wilayah X adalah kualitas pelayanan, *customer value* dan kepercayaan. Variabel kepercayaan memiliki dampak yang paling dominan terhadap kepuasan peserta pelatihan,

kemudian diikuti oleh customer value dan kualitas pelayanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X beserta Panitia yang telah memberikan kepercayaan penuh

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 8, 67–78.
- Bricci, L., Fragata, A., & Antunes, J. (2016). The Effects of Trust, Commitment and Satisfaction on Customer Loyalty in the Distribution Sector. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 173–177. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2016.V4.386>
- Budaya, I. (2017). Pemasaran Internal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa STIE Sakti Alam Kerinci. *Benefita*, 2(2), 102–109.
- Febriani, V. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *E-Journal Administration Bisnis*, 5(1), 165–179.
- Griffin, J. (2007). Customer Loyalty. *Mc. Graw Hill, Seventh Edition, New York*.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran. Indonesia PT. Erlangga*.
- Kotler, P. (2017). *Marketing Management. 16th Edition, Prentice-Hall, New Jersey*.
- Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., & Murthy, B. (2004). Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration From a Business-to-Business Service Context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 293–311. <https://doi.org/10.1177/0092070304263330>
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420–50.
- Ristekdikti. (2016). *Panduan Pelaksanaan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Di Perguruan Tinggi Edisi X Tahun 2016*. Aging (Vol. 7). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior. PT Indeks*.
- Sefnedi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Publik dengan Kepuasan Publik sebagai Variabel Intervening: Pran Nilai pelanggan sebagai Moderasi. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 4(3), 154–164.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(05), 31–40. <https://doi.org/10.9790/487X-1905033140>
- Siswadhini, F. (2016). adalah 2,0 32 untuk penelitian ini (= 5%). Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t, 1(October), 177–183.
- Sugiati, T., Thoyib, A., Hadiwidjono, D., & Setiawan, M. (2013). The Role of Customer Value on Satisfaction and Loyalty (Study on Hypermart's Customers). *International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online)*, 2(6), 65–70.
- Vedadi, A., Kolobandi, A., & Khazaei, P. H. (2013). The Effect of Customer Value and Satisfaction on Customer Loyalty: The Moderating Role of Ethical Reputation. *International of Basic Sciences and Applied Research*, 2(5), 453–458